

27. Tworzenie zobowiązań wobec klientów

Co to jest oświadczenie o zobowiązaniu?

Oświadczenie o zobowiązaniu to proste wyrażenie obietnic, które składasz swoim klientom, co do tego, co zamierzasz dla nich zrobić, jeśli skorzystają z Twojej usługi. Oświadczenie o zobowiązaniu zwykle zawiera nie więcej niż jedną stronę z wyraźnie wyartykułowanymi punktami na temat Twojej firmy i oferowanej przez Ciebie wartości. Można to wyrazić na wiele różnych sposobów. Oto kilka przykładowych nagłówków wstępnych.

- * Sekrety doskonałej obsługi x Business.
- * Dziesięć najważniejszych powodów, dla których warto używać x.
- * Siedem powodów, dla których nasi klienci nas kochają.
- * Nasze szczególne zobowiązania wobec Ciebie. . .

Dlaczego to jest ważne?

Ważne jest, aby uchwycić istotę tego, co oferujesz swoim klientom. Właściciele firm często chodzą po wodzie dla swoich klientów, ale nigdy nikomu o tym nie mówią. Twoje oświadczenie o zobowiązaniu jest sposobem na przekazanie wszystkiego, co jest naprawdę wyjątkowe w Twojej usłudze. Twoje oświadczenie podkreśli to, co jest ważne dla Twoich klientów i najprawdopodobniej zmotywuje ich do zakupu u Ciebie. Gdy już wyartykułujesz i zakomunikujesz swoje obietnice, kluczowe znaczenie ma konsekwentne dostarczanie.

Twoje wyzwanie

Twoim wyzwaniem będzie głębokie kopanie i odkrycie, jakie są Twoje zobowiązania w prawdziwym świecie. Twoi zadowoleni klienci wiedzą, kim są, ale czy Ty? Możesz być tak blisko własnej firmy, że możesz uznać to, co robisz dla swoich klientów, za rzecz oczywistą. Twoim wyzwaniem będzie wydobycie z osób korzystających z Twojej usługi tego, co naprawdę cenią. Będziesz musiał przypomnieć sobie rozmowy z klientami, kiedy wydawali się szczególnie zadowoleni z czegoś, co dla nich zrobiłeś. Odnaleźć referencje i listy z podziękowaniami i przeczytaj je. Zwróć uwagę na to, co się wyróżnia. Przypomnij sobie niektóre problemy, z jakimi mieli do czynienia Twoi klienci i jak konkretnie Twoja usługa zapewniła rozwiązanie.

Co sprawia, że oświadczenie o zobowiązaniu jest skuteczne?

Twoje zobowiązanie musi być autentyczne i wyrażone w sposób, który zapewni, że Twoi klienci będą w Ciebie wierzyć. Każde oświadczenie musi być uczciwe, prawdziwe, możliwe do dostarczenia i znaczące dla Twoich klientów. Musisz szybko i prosto przekazać wartość. Twoje zobowiązania powinny rozwiązywać problemy Twoich klientów i dostarczać odpowiedzi na pytania, które dręczą ich w głowach, zanim dokonają zakupu od Ciebie. Twoi klienci muszą być w stanie przejrzeć Twoją listę zobowiązań i pomyśleć „tak”, chcąc robić interesy z tymi ludźmi. Jeśli to zrobią, to odniosłeś sukces.

Przykładowe oświadczenia o zobowiązaniach

Warsztat samochodowy z punktem sprzedaży części samochodowych na miejscu


Sekrety wspaniałego serwisu X.

- * Jesteśmy z Tobą całkowicie szczerzy i prawdomówni.
- * Znajdujemy rozwiązania dla Twoich indywidualnych problemów z pojazdami.

- * Nasza wiedza o tym, co jest wymagane, może pomóc Ci zaoszczędzić pieniądze.
- * Otrzymasz szybkie i proste wyjaśnienie.
- * Jeśli nie mamy części, pozyskamy ją lub wykonamy.
- * Wszystkie części samochodowe są wypróbowane i przetestowane, więc wiemy, że działają.
- * Szybko dostarczamy naszym klientom handlowym.
- * Serwis samochodowy - odbierzemy Cię i odwieziemy do domu na miejscu.
- * Jeśli potrzebujesz pomocy w krótkim czasie – skaczemy!
- * Otrzymujesz nowoczesną technologię ze staroświeckimi wartościami.
- * Możesz na nas polegać 110%.
- * Zależy nam na tym, aby zrobić dla Ciebie wszystko, co w naszej mocy.

Wirtualny osobisty asystent

Siedem dobrych powodów, aby skorzystać z naszych usług.

- *  Uwalniamy Cię od sterty dokumentów.
- * Otrzymujesz wiedzę doświadczonego PA za ułamek ceny.
- * Dbamy o szczegóły – Ty robisz to, w czym jesteś dobry.
- * Utrzymujemy wysokie standardy, których oczekują Twoi klienci.
- * Jako perfekcjniści, którzy wykonują swoją pracę we właściwy sposób, są koniecznością.
- * Słuchamy i odpowiadamy na Twoje priorytety.
- * Zawsze szukamy dla Ciebie najlepszego rozwiązania.

TWORZENIE ZESTAWU ZOBOWIĄZAŃ – LISTA KONTROLNA ODPOWIEDZI SPECJALNYCH

- * Zrób listę wszystkich wyjątkowych rzeczy, które robisz dla swoich klientów, o których nikomu nie mówisz.
- * Poproś swój personel, aby zrobił to samo.
- * Wybierz swoich najlepszych stałych klientów i przeprowadź krótką ankietę telefoniczną. Wybierz osobę do przeprowadzenia ankiety, która potrafi wydobyć z Twoich klientów istotę motywacji do korzystania z Twojej firmy. Oto kilka przykładowych pytań:
 1. Czego oczekujesz, korzystając z usługi takiej jak nasza?
 2. Co według Ciebie czyniłoby to wyjątkowym?
 3. Z jakich powodów korzystasz z naszych usług?
 4. Co skłoniło Cię do skorzystania z naszych usług w pierwszej kolejności?
 5. Jakie problemy rozwiązaliśmy dla Ciebie?
 6. Jak myślisz, co robimy naprawdę dobrze?

7. Co jest dla Ciebie najważniejsze, jeśli chodzi o dalsze korzystanie z usługi takiej jak nasza?

* Użyj tych informacji, aby utworzyć listę maksymalnie dziesięciu głównych korzyści.

* Bądź zwięzły i uczciwy.

Jak korzystać z tych informacji

Po utworzeniu możesz zintegrować oświadczenie o zobowiązaniu klienta do swojego

* strona internetowa

* broszura sprzedażowa

* list sprzedażowy

* pakiet posprzedażowy

* banery lub plakaty na wystawach

* rozmowy sprzedażowe z klientami.

28. Rozwijanie mowy w windzie

Co to jest przemówienie w windzie?

Przemówienie w windzie polega na tym, że publicznie mówisz o swojej firmie w inspirujący sposób. Wznosić się oznacza wznosić się lub wznosić wyżej i o to właśnie chodzi w tej przemowie. Możesz rozmawiać przez minutę lub dłużej na spotkaniu networkingowym, przedstawiać się współpracownikom lub wygłaszać przemówienie otwierające na początku prezentacji. Przemówienie w windzie powinno budować Ciebie i Twoją firmę oraz motywować odbiorców, aby chcieli dowiedzieć się więcej.

Dlaczego posiadanie jednego jest ważne?

Istnieje wiele okazji do rozmowy o Twojej firmie z innymi. Jeśli chcesz inspirować sprzedaż, musisz przyzwycząić się do rozmowy o sobie i swojej firmie. Kiedy już będziesz pewny treści swojej mowy windy, może to być ulga. Będziesz wiedział, co powiedzieć w każdej sytuacji, gdy zostaniesz poproszony o opisanie tego co robisz.

Twoje wyzwanie

Czy sprawia Ci trudność opisywanie tego, co robisz? Czy budowanie swojego biznesu w pozytywny sposób jest jeszcze trudniejsze? Co jest dla ciebie wyzwaniem? Być zwięzłym i jednocześnie silnym może być trudne, zwłaszcza gdy dobrze znasz swój biznes. To może być przytłaczające, gdy robisz tak wiele. Jak wybierasz, co powiedzieć? Dobór odpowiednich słów i przekazywanie ich z pasją i entuzjazmem to wyzwanie. Znajomość firmy bardzo różni się od jej sprzedaży.

Co sprawia, że przemówienie w windzie jest skuteczne?

Najważniejszy jest wpływ mowy w windzie na słuchaczy. Twoim celem jest przyciągnięcie uwagi i wzbudzenie wśród odbiorców chęci nawiązania z Tobą kontaktu. Twoja mowa musi bardzo szybko komunikować istotę tego, co robisz i wartość, którą oferujesz. Musi być odpowiedni i motywujący dla odbiorców. Musisz być płynny i w pełni wierzyć w to, co mówisz.

MOWA W WINDZIE - LISTA KONTROLNA ODPOWIEDZI SPECJALNYCH

Aby stworzyć przemowę windy, weź długopis i papier i zapisz swoje odpowiedzi na następujący zestaw pytań.

- * Z kim rozmawiasz?
- * Jakie są ich zainteresowania/problemy/potrzeby?
- * Jaki aspekt tego, co robisz, może ich najbardziej zainteresować?
- * Co możesz zrobić, aby rozwiązać te problemy?
- * Jaka jest najlepsza rzecz w Twojej usłudze?
- * Jakie jest Twoje USP?
- * Co powiedzieli o tym ci, którzy korzystają z Twojej usługi?
- * "Jaka jest twoja gwarancja?"
- * Jakie działania chciałbyś, aby ludzie podjęli w wyniku słuchania twojej mowy w windzie?

Jak korzystać z tych informacji

Weź te informacje i użyj ich do napisania swojej przemowy. Oto prosta struktura do naśladowania:

- * Jestem. . . a moja firma to . . .
- * Dziękuję za możliwość rozmowy.
- * Pomagamy ludziom (opisać klienta docelowego), którzy (opisać typowe problemy, z jakimi borykają się ci klienci).
- * Pomagamy tym ludziom (opisać rozwiązania problemów).
- * Najlepszą rzeczą w naszej działalności jest . . .
- * Jesteśmy wyjątkowi w. . .
- * Ci, którzy z nas korzystali, mówią, że doceniają nasze . . .
- * Kiedy pracujemy z ludźmi, gwarantujemy . . .
- * Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej (działania do podjęcia).

Twoja mowa może być teraz użyta na każdym wydarzeniu, w którym masz okazję zadąć we własną trąbkę. Dostarcz go uczciwie i szczerze, a nie możesz nie zainspirować swoich odbiorców.

29. Tworzenie gwarancji

Co to jest gwarancja?

Gwarancja to oferta, którą składasz swoim klientom, która zmniejsza lub usuwa postrzegane ryzyko dokonania zakupu. Kiedy ktokolwiek zdecyduje się nie kupować Twojego produktu lub usługi, jego postrzegane ryzyko może być:

- * podjęcie złej decyzji
- * traci pieniądze

* nie otrzymują tego, za co zapłacili

* niezadowolony, a następnie niemożność odzyskania pieniędzy.

Dlaczego gwarancja jest ważna?

Chociaż te dostrzegane obawy można przewyciężyć podczas prezentacji handlowej lub procesu konsultacji, oferta solidnej gwarancji może zapewnić Twojemu klientowi bezpieczeństwo, którego potrzebują wcześniej, a nie później. Gwarancja może sprawić, że rozważenie Twojej oferty będzie mniej groźne. Właściwa gwarancja może zmotywować potencjalnego klienta do podjęcia ryzyka, a nie do rozważenia go. Może to radykalnie zwiększyć szybkość cyklu sprzedaży. Zazwyczaj niezadowolony klient opowiada o swoich doświadczeniach dziewięciu osobom, ale z gwarancją, która daje niezadowolonemu klientowi natychmiastowe wyjście, można to znacznie zmniejszyć.

Twoje wyzwanie

Twoim wyzwaniem jest przyjęcie silnej gwarancji. Nie bój się składać najlepszej obietnicy, której możesz dotrzymać. Jest szansa, że mało kto się nim zajmie. Zastanów się, jak często Twoi obecni klienci prosili o zwrot pieniędzy lub składali skargi.

Co sprawia, że gwarancja jest skuteczna?

Silna gwarancja może zwrócić uwagę na Twoje zaufanie do Twojego produktu lub usługi. Jeśli jest naprawdę potężny, może inspirować do działania. Musi być gwarancją, że dostarczanie jest całkowicie komfortowe. Musi całkowicie wyeliminować wszelkie postrzegane ryzyko zakupu. Musi wykazać pełne zaufanie do Twoich usług. Powinna być konkretna i zawierać pełne szczegóły roszczenia. Musi być zarówno sensowny, jak i mierzalny. Twoja gwarancja może być Twoją wyjątkową propozycją sprzedaży i przyciągnąć uwagę Twojej firmy.

Przykładowe gwarancje

Internetowa firma oferująca oprogramowanie ankietowe oferuje możliwość bezpłatnego wypróbowania swoich usług przez pełne 30 dni.

Warsztat rozwoju biznesu - gwarantuje zwrot pełnej 100% opłaty za kurs w porze lunchu drugiego dnia, jeśli nie jesteś w pełni zadowolony. Konsultant biznesowy gwarantuje zwrot pełnej opłaty za doradztwo, jeśli jego klienci nie zarobią dodatkowych 12 000 GBP w ciągu 12 miesięcy od skorzystania z jego usług i wdrożenia ustalonych działań. Firma sprzedająca e-booki i płyty CD gwarantuje pełny zwrot 100% pieniędzy oprócz umożliwienia przechowywania produktów.

TWÓRCA GWARANCJI - LISTA KONTROLNA SPECJALNYCH ODPOWIEDZI

* Spójrz na gwarancje konkurencji i zanotuj naprawdę dobre.

* Gwarantuj mocne strony. Co robisz szczególnie dobrze, jeśli wiesz, że cenią swoich klientów? Czy byłbyś w stanie zagwarantować cokolwiek z tego w 100%?

* Gwarancja rezultatów. Spójrz na wszystkie problemy, których rozwiązania oczekują Twoi klienci. Jakie wyniki są dla nich najważniejsze? Czy możesz zagwarantować którykolwiek z tych wyników?

* Wybierz finansowy zwrot, który ma wysoką postrzeganą wartość klienta. Czy możesz przekroczyć nawet 100% gwarancję zwrotu pieniędzy i zaoferować im rekompensatę za ich czas i wysiłek związany z przejściem z tobą przez proces zakupu?

* Zastanów się, jak możesz sprawić, by Twoja gwarancja była niezapomniana.

Jak korzystać z tych informacji

Twoja gwarancja może być jednym z najpotężniejszych narzędzi marketingowych. Po utworzeniu takiego, który uważasz, że ma wpływ, musisz go przetestować. Zmierz jego wpływ na współczynnik konwersji. Zintegruj swoją gwarancję z każdą posiadaną literaturą dotyczącą sprzedaży i marketingu. Sposób, w jaki wypowiadasz swoją gwarancję, zrobi różnicę. Oto kilka mocnych słów i zwrotów, które dodadzą mocy przekazowi.

- * Bezwarunkowa gwarancja zwrotu pieniędzy.
- * Dotrzymujemy naszej obietnicy . . .
- * Moja 110% gwarancja 'call me crazy'.
- * Absolutnie bez ryzyka.
- * 100% bez kłopotów, zwrot pieniędzy bez zadawania pytań.
- * Osobiście gwarantuję.
- * 100% zwrotu na miejscu.
- * Lepsze niż bez ryzyka.